

PENGARUH PERILAKU KONSUMEN AKIBAT KEBIJAKAN KANTONG PLASTIK BERBAYAR PADA MINIMARKET DAN RETAIL MODERN TERHADAP KESADARAN KONSUMEN MENGENAI PENGURANGAN SAMPAH PLASTIK DI KOTA JEMBER

Agustin Putri Mardiana¹, Yushardi²
Universitas Jember

Article Info

Article history:

Published Mei 31, 2024

Kata Kunci:

Kantong Plastik Berbayar, Kesadaran Konsumen, Ritel Modern.

ABSTRAK

Penggunaan kantong plastik yang semakin maka sama dengan meningkatkan jumlah sampah plastik. Plastik merupakan salah satu jenis sampah yang berbahaya karena sulit terurai secara alami. Aturan pengelolaan sampah di Indonesia tertuang dalam Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 Selain penggunaan plastik biodegradable, penggunaan kantong plastik dapat dikurangi dengan menetapkan kebijakan berbayar kantong plastik. Instruksi ini diterbitkan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) dalam surat edaran Direktorat Jenderal Pengelolaan Limbah Bahan Berbahaya dan Beracun. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, berupa perilaku Konsumen tentang adanya kebijakan ini dengan Adanya dorongan beberapa faktor seperti faktor sosial, budaya, psikologi dan, pribadi beserta edukasi yang didapatkan konsumen dari kebijakan yang telah pemerintah lakukan. Kemudian yang akan menjadi populasi adalah konsumen ritel modern atau minimarket di Jember yang berjumlah 50 orang dari data periode akhir April hingga awal Mei dengan penyaringan data menggunakan kuesioner. Pengabsahan validasi yang digunakan dengan metode regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel, perilaku konsumen mengenai hal ini memiliki pengaruh positif terhadap kesadaran konsumen atas pengurangan sampah plastik.

1. PENDAHULUAN

Sampah plastik merupakan salah satu masalah lingkungan yang sangat signifikan di Indonesia. Kantong plastik yang digunakan masyarakat akhirnya menjadi sampah yang mengganggu kelestarian lingkungan. Limbah kantong plastik ini berkontribusi terhadap memburuknya tingkat kesuburan tanah akibat paparan bahan kimia yang tertimbung dan sangat sulit seklai terurai (Bahagia et al., 2019).

Penggunaan kantong plastik perlu dikurangi karena dapat merugikan masyarakat dan juga lingkungan. Penumpukan kantong plastik dapat menyebabkan berbagai bencana alam seperti banjir dan memburuknya tingkat kesuburan tanah. Penggunaan plastik pada dasarnya sangat baik dalam bidang tertentu seperti halnya dalam bidang medis. Namun, jika tidak ada penanggulangan terhadap dampak dari limbah plastik tersebut maka plastic yang awalnya sebagai suatu barang yang memiliki jilai yang positif berubah menjadi

negative, karena bahaya sampah plastik, adalah suatu bahan yang mengandung zat yang beracun seperti bisphenol A (BPA) menyebabkan sampah plastik tidak dapat terbiodegradasi .

Kebijakan penerapan kantong plastik berbayar pada hakikatnya bertujuan untuk mengurangi sampah. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah menjelaskan pengurangan sampah meliputi pembatasan timbulan sampah, daur ulang sampah, dan penggunaan kembali sampah. Pengurangan sampah plastik berkaitan dengan pembatasan timbulan sampah guna meminimalisir timbulan sampah yang dilakukan bahkan sebelum suatu produk atau kemasan diproduksi.

Pemerintah telah menerapkan kebijakan pengurangan sampah plastik melalui Surat Edaran Direktorat Jenderal Pengelolaan Sampah, Limbah Bahan Berbahaya dan Beracun Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Nomor: SE-06/PSLB3-PS/2015 tentang Langkah Antisipasi Terhadap Sampah Plastik Penerapan Kebijakan Kantong Plastik Berbayar pada Bisnis Ritel Modern. Surat edaran ini menjelaskan bahwa salah satu arah kebijakan pemerintah dalam mengurangi sampah khususnya sampah kantong plastik dan penerapan kebijakan kantong plastik berbayar di seluruh gerai pasar modern di Indonesia. Kebijakan kantong plastik berbayar merupakan strategi untuk mengurangi jumlah sampah kantong plastik yang mencemari lingkungan. Kebijakan ini didukung dengan diterbitkannya Surat Edaran Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) Direktorat Jenderal Pengelolaan Sampah, Limbah Bahan Berbahaya dan Beracun Nomor: S.1230/PSLB3-PS/2016 tentang Harga dan Mekanisme Pelaksanaan Berbayar Kantong plastik. Dalam surat edaran tersebut disebutkan bahwa pasal ini merupakan tindak lanjut dari hasil pertemuan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) dengan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), Organisasi Konsumen Indonesia (YLKI), dan Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO). Beberapa ketentuan dalam Surat Edaran tersebut antara lain , sebagai berikut:

1. Pengecer / ritel modern tidak lagi sekedar menyediakan kantong plastik kepada konsumen. Jika konsumen masih perlu menggunakan kantong plastik, maka mereka harus membeli kantong plastik dari pengecer / ritel modern;
2. Pemerintah, BPKN, YLKI, APRINDO menyepakati harga jual kantong plastik selama masa uji coba penerapan kantong plastik dikenakan biaya sebesar Rp 200 per kantong, pajak pertambahan nilai (termasuk pajak);
3. Harga kantong plastik akan ditentukan oleh Pemerintah dan Pemerintah Daerah berkoordinasi dengan APRINDO setelah dilaksanakannya uji coba kantong plastik berbayar yang berlangsung paling singkat 3 (tiga) bulan;
4. Mengenai jenis kantong plastik yang disediakan oleh pengusaha eceran, pemerintah, BPKN, YLKI, APRINDO sepakat bahwa spesifikasi kantong plastik harus dipilih dengan dampak yang rendah terhadap lingkungan dan harus memenuhi standar nasional yang ditetapkan oleh pemerintah penerbit atau organisasi independen yang ditugaskan padanya;
5. APRINDO berkomitmen mendukung pengelolaan sampah dan pengelolaan lingkungan hidup melalui Corporate Social Responsibility (CSR) yang mekanismenya diatur oleh masing-masing pengusaha ritel
6. Ketentuan ini juga berlaku bagi pengecer / ritel modern yang bukan anggota APRINDO.

Mekanisme penerapan kantong plastik berbayar dimulai dari konsumen. Konsumen dihimbau untuk membawa kantong plastik pengganti pada saat berbelanja atau apabila tidak membawa kantong plastik maka pihak retailer akan mengenakan harga kantong plastik yang diminta konsumen pada saat berbelanja. Berdasarkan survei yang dilakukan

Badan Litbang Kompas (2016), sebagian besar masyarakat siap atau rela membawa kantong plastik ke rumah setiap hendak berbelanja. Hal ini telah menjadi Langkah awal yang baik dalam penerapan kebijakan plastik berbayar.

Kantong plastik merupakan kantong plastik kemasan yang mempunyai fungsi dan nilai untuk mengangkut barang konsumsi. Oleh karena itu, tentunya kantong plastik menjadi produk yang digunakan konsumen dalam segala aktivitas membelanjanya. Oleh karena itu kantong plastik merupakan produk yang memenuhi kebutuhan, fungsi dan nilai guna yang dicari konsumen. Selain itu, Anda tidak perlu mengeluarkan uang untuk membeli kantong plastik. Namun setelah Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) mengeluarkan aturan mengenai penerapan kantong plastik berbayar khususnya untuk ritel modern di 22 kota di Indonesia. Konsumen yang terdampak harus membayar Rp 200 per kantong plastik. Proses pembayaran inilah yang menjadi keputusan konsumen dalam membeli kantong plastik. Membayar kantong plastik akan menimbulkan biaya tambahan bagi konsumen. Oleh karena itu akan terjadi perubahan sikap dan perilaku konsumen (Bahagia et al., 2019).

Pengertian perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller (2008): Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan memesan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Menurut Kotler, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian yang kemudian dikutip oleh Bilson Simamora (2004) adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor mentalitas atau psikologi individu tersebut.

1. Faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Pemasar perlu memahami peran budaya, subkulturnya, dan kelas sosial pembeli.

a. Budaya Budaya adalah kombinasi nilai-nilai inti, persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari anggota masyarakat, keluarga, dan lembaga penting lainnya. Budaya ini mencakup perubahan budaya dan nilai-nilai keluarga.

b. Subkultur

Subkultur adalah model budaya yang penting, dan memang demikian. sebagian atau segmen populasi masyarakat yang lebih besar dan lebih kompleks.

c. Kelas Sosial

Kelas sosial adalah pengaturan yang relatif permanen dan teratur dalam suatu masyarakat yang anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku yang sama. Kelas sosial diukur dengan kombinasi pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan dan variabel lainnya. Kelas sosial menunjukkan preferensi produk dan merek yang berbeda.

2. Faktor Sosial Perilaku konsumen juga akan dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok kecil konsumen, keluarga, peran, dan status sosial.

a. Kelompok Perilaku seseorang dipengaruhi oleh banyak subkelompok. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung dan mempunyai seseorang sebagai anggotanya disebut kelompok keanggotaan (reference groups).

b. Faktor anggota keluarga yang mana keluarganya merupakan kelompok rujukan utama yang paling berpengaruh. Meski pembeli sudah tidak lagi berhubungan dengan orang tuanya, namun pengaruhnya terhadap perilaku pembeli tetap ada.

c. Peran dan status Kedudukan seseorang dalam setiap kelompok dapat ditentukan melalui peran dan status. Setiap peran membawa status yang mencerminkan rasa hormat masyarakat secara umum.

3. Faktor Pribadi

Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti usia dan

tahapan siklus hidup, lokasi, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan citra diri orang tersebut.

a. Tahap usia dan siklus hidup

Orang akan mengubah barang dan jasa yang mereka beli sepanjang hidup mereka. Kebutuhan dan selera seseorang akan berubah tergantung usianya. Pembelian dibentuk oleh setiap tahap siklus hidup keluarga.

b. Pekerjaan

Pekerjaan seseorang juga mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Dengan cara ini, pemasar dapat mengidentifikasi kelompok terkait pekerjaan yang menghasilkan minat di atas rata-rata terhadap produk dan layanan mereka.

c. Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang mewakili gaya hidupnya, yang diungkapkan melalui aktivitas, minat, dan pendapat yang terkait.

d. Kepribadian Setiap orang

Setiap individu mempunyai kepribadian yang unik dan hal ini akan mempengaruhi perilaku pembeliannya. Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologis unik yang menimbulkan respons yang relatif konsisten terhadap lingkungannya sendiri.

4. Faktor Mentalitas atau Psikologis Pilihan pembelian seseorang juga dipengaruhi oleh faktor psikologis utama, khususnya faktor motivasi, kognisi, proses belajar, keyakinan dan sikap.

a. Motivasi

Kebanyakan kebutuhan saat ini tidak cukup kuat untuk memotivasi seseorang bertindak pada waktu tertentu. Kebutuhan akan menjadi motif apabila kebutuhannya tersebut mencapai tingkat tertentu.

b. Proses belajar

Menurut Kotler dan Armstrong (2002), belajar menggambarkan perubahan perilaku individu karena pengalaman.

c. Keyakinan

Sikap Keyakinan adalah pemikiran deskriptif seseorang tentang sesuatu. Sedangkan sikap merupakan pengorganisasian motif, emosi, persepsi dan proses kognitif terhadap suatu aspek. Keyakinan bisa berupa pengetahuan, opini, atau sekadar keyakinan. Kepercayaan ini akan membentuk citra produk dan merek. Sedangkan sikap menentukan perilaku manusia dan relatif konsisten terhadap objek yang sama.

2. METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, karena data Besar Perilaku Konsumen (X) dan Tingkat Kesadaran Konsumen (Y) terhadap pengurangan sampah plastic di Indonesia yang diperoleh berupa data kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna Indomaret Kecamatan Pakusari Kabupaten Jember. Selama satu minggu dengan testimasi jumlah pengguna sebanyak 500 orang. Teknik pengambilan sampel yang menggunakan rumus Slovin menghasilkan sampel sebanyak 50 konsumen dengan akurasi 10%. Analisis alat yg digunakan untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel penelitian, dengan bantuan software SPSS 20.

Definisi Variabel

Dalam penelitian ini, penulis membahas tentang dampak perilaku konsumen terhadap kesadaran konsumen dalam berkontribusi terhadap pengurangan sampah plastik.

a. Perilaku Konsumen (X)

Aktivitas Individu terlibat langsung dalam pengadaan barang dan jasa, termasuk

pengambilan keputusan tentang penggunaan dan penyiapannya, serta menentukan aktivitas tersebut. Cangkupan perilaku konsumen yakni, Perilaku Konsumen atas dasar faktor budaya (X1), perilaku konsumen atas dasar faktor sosial (X2), Perilaku Konsumen atas dasar faktor pribadi (X3), dan Perilaku Konsumen atas dasar faktor Mentalitas atau Psikologis (X4).

b. Kesadaran konsumen (Y)

Dorongan individu untuk ikut serta berkontribusi terhadap sekitarnya, yang dipicu oleh adanya pemikiran ilmiah yang mendasari atas Tindakan yang akan dilakukan.

Maka penelitian ini mengajukan hipotesis yang mana diduga variabel X1, X2, X3, dan X4 berpengaruh simultan atas kesadaran konsumen minimarket atau ritel modern terhadap pengurangan sampah plastik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Informasi Demografi Responden

Konsumen Indomaret dalam penelitian atau responden ini sebanyak 50 orang . Adapun gambaran karakteristik responden sebagai berikut.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Laki – Laki	31	62%
Perempuan	19	38%
Total	50	100 %

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
16 – 25 tahun	24	48%
26 – 35 tahun	13	26%
36 – 45 tahun	9	18%
46 – 55 tahun	4	8%
Total	50	100 %

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
SD	3	6%
SMP	11	22%
SMA	14	28%
DIPLOMA/S1/S2/S3	22	44%
Total	50	100 %

Pengujian Hipotesis (Uji Regresi Linier Berganda)

Berdasarkan pengelolaan data dengan menggunakan regresi linier berganda, maka dilakukan beberapa tahapan dalam mencari hubungan antara variabel independent dan variabel dependen, yaitu hubungan faktor budaya (X1), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3), dan faktor Mentalitas atau psikologis (X4) terhadap tingkat kesadaran konsumen (Y) mengenai pengurangan sampah plastik. Hasil regresi dapat dilihat pada penjelasan table

dibawah ini.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.302 ^a	.091	.011	.488

- a. Predictors: (Constant), Faktor Psikologi (X4), Faktor Sosial (X2), Faktor Budaya (X1), Faktor Pribadi (X3)
- b. Predictors: (Constant), Faktor Psikologi (X4), Faktor Sosial (X2), Faktor Budaya (X1), Faktor Pribadi (X3)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.078	4	.269	1.133	.353 ^b
	Residual	10.702	45	.238		
	Total	11.780	49			

a. Dependent Variable: Kesadaran Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Faktor Psikologi (X4), Faktor Sosial (X2), Faktor Budaya (X1), Faktor Pribadi (X3)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.513	1.263		1.198	.237
	Faktor Budaya (X1)	.167	.101	.254	1.644	.107
	Faktor Sosial (X2)	.186	.166	.189	1.122	.268
	Faktor Pribadi (X3)	.205	.142	.249	1.439	.157
	Faktor Psikologi (X4)	.095	.136	.115	.702	.486

a. Dependent Variable: Kesadaran Konsumen (Y)

Uji F (Simultan)

Berdasarkan table diatas dapat diketahui bahwasannya Fhitting dengan nilai sebesar 1,133. Pengujian hipotesis dengan membandingkan F hitung dengan F tabel yang mana diperoleh F hitung (1,133) lebih kecil disbanding F tabel (2,57) maka H0 diterima dan Ha ditolak. Artinya adalah variabel independen dari faktor budaya (X1), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3), dan faktor psikologi (X4), tidak berpengaruh secara simultan terhadap kesadaran konsumen (Y). Dengan arti bahwasannya ke empat faktor yang ada tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kesadaran konsumen terhadap pengurangan sampah plastik.

Hasil analisis diperoleh nilai koefisien relasi berganda (R) sebesar 0,302 atau dapat diartikan 30,2 % yang menunjukkan bahwasannya variabel faktor budaya , sosial, pribadi, dan psikologi tidak terlalu memiliki hubungan yang kuat atas kesadaran kosumen dalm pengurangan sampah plastik ini .

Hasil nilai koefisien determinan (Adjusted R Square) sebesar 0,011 atau dapat dikatakan sebesar 1,1 %, koefisien determinan digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentasee pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Di mana dalam hasil

ini kesadaran konsumen terhadap pengurangan sampah plastik masih sangat kecil sekali nilai presentasinya.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji perilaku konsumen terhadap kesadaran konsumen dalam berkontribusi mengurangi sampah plastik. Studi kasus pada Minimarket dan Ritel Modern di Kecamatan Pakusari Kabupaten Jember. Dan berdasarkan analisis data diperoleh bahwasannya 4 faktor perilaku konsumen tidak berpengaruh secara simultan terhadap kesadaran konsumen dalam mengurangi sampah plastik.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahagia, B., Yunita, I., & Susanti, R.M. (2019). Analisis Implementasi Kebijakan Kantong Plastik Berbayar di Ritel Modern Banda Aceh. *Jurnal Serambi Engineering*.
- Nurulhaq, H., & Kismartini (2019). The Effect Of Green Marketing Of Plastic Bag Ban Policy In Modern Retail Stores On Consumer Green Behavior In Bogor City. *E3S Web of Conferences*.
- Muslihun, M., Dwi Anggoro, D., & K, K. (2020). An Environmental Study on the Paid Plastic Bag Use Policy in the city of Semarang. *E3S Web of Conferences*.
- Wijaya, B.S., Agustini, P.M., Hanathasia, M., Putri, D.M., & Sutawidjaya, A.H. (2020). Why do people ignore the 'plastic bag diet' campaign? an Indonesian consumers perspective. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 423.
- Wirna Putri, N., Pristi Rahmah, S., Djafri, D., Sandra Olivia, I., & Winanda Putri, U. (2021). The effectiveness of the non-free plastic bag policy to reduce plastic waste in the community of Padang. *E3S Web of Conferences*.
- Nanang, A. S. (2022). Perilaku konsumen terhadap pembelian kantong plastik berbayar: studi kasus pada ritel modern di kota Malang. *Peradaban Journal of Economic and Business*, 1(1), 25-38.
- Wulandari, D.S., Angriani, M.R., & Aina, D. (2022). Pengaruh Peraturan Daerah Tentang Larangan Penggunaan Kantong Plastik pada Perusahaan Retail di Kota Banjarmasin. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*.
- Yudiatmaja, W.E., Solina, E., Prastya, I.Y., Yudithia, Y., & Samnuzulsari, T. (2022). Paid Plastic Shopping Bags Policy: What the Factors Drive the Implementation? *Journal of Governance and Public Policy*.
- Deliana, Y., Trimo, L., Fatimah, S., & Djali, M. (2023). CONSUMERS' Willingness To Pay For Plastic Bags. *Sosiohumaniora*.
- Putri, N.W., Fitriyani, F., Rahmalber, T.V., Falikha, D.D., Tafsia, S.I., & Setiawati, S.D. (2023). Pengetahuan, Sikap dan Partisipasi Masyarakat Dalam Penerapan Kebijakan Pengurangan Kantong Plastik sebagai Upaya Mengurangi Sampah Plastik di Kota Padang. *Jurnal Kesehatan Lingkungan Indonesia*